

сложившаяся система традиций, обладающая достаточной исторической инерцией, то возможно возвращение к ней и возрождение на ее основе всей системы.

Такую хронологию можно, с достаточной степенью достоверности, основываясь на исторических фактах, обосновать эмпирически. В процессе развития, например, Античной цивилизации таких циклов было три, что в сумме составляет 1200 лет. Эта цифра совпадает и с оценками продолжительности существования большинства цивилизаций известных в истории человечества. В истории России, начиная с XIII века, вполне отчетливо просматриваются два таких, 400-летних цикла социо-культурной динамики<sup>34</sup>.

**Олешко В. Ф.**

**г. Екатеринбург**

### **Культура - журналистика - личность: парадигма взаимодействия**

В переходный период, когда нет навыков свободы, политической культуры, Опыта жизни в гражданском обществе нередко отмечается, как показывает практика, уменьшение значимости и размывание границ понятий «общечеловеческие ценности» и «общие интересы», а свобода индивида определена его

---

<sup>34</sup> Подробнее см.: Кузнецов А.Ю. Циклы социо-культурной динамики в истории России // Материалы Всероссийской научной конференции "Культура и цивилизация". Ч.2. – Екатеринбург: УрГУ, 2001. с. 30-34.

предпочтениями. Причем предпочтениями в том числе сформированными с помощью журналистики как самого «оперативного», «доступного», на первый взгляд почти «бесплатного» института социализации личности.

Плюрализм ценностей складывается быстрее, чем плюрализм интересов. А в обществе, как правило, существует определенная диверсификация ценностей и настроений, господство нерациональных мотивов, препятствующее достижению общественного согласия. В качестве элементов общественного согласия чаще всего выделяются консенсус - полное согласие, деятельность на основе общих правил, и компромисс как способность жертвовать частью интересов для достижения наиболее существенной их части. Причем следует отметить, что полное согласие, консенсус и компромисс в переходный период плохо достижимы чаще всего не из-за многообразия интересов, а из-за их несформированности и отсутствия понимания как частных интересов, так и национально-государственного интереса, то есть из-за нехватки реальной диверсификации ценностей и интересов. В этих условиях консенсусную функцию в обществе чаще всего и берет на себя журналистика как институт социализации и духовного развития.

Однако проблемная ситуация заключается в том, насколько адекватно отечественные средства массовой информации отражают интересы личности, отдельных социальных групп и общества в целом, каким целям служат. Ведь в этом смысле СМИ являются не

только непосредственным участником, к примеру, идейно-политического процесса, но и важным инструментом, определяющим направление его развития, поскольку журналистика ответственна за состояние сознания людей (даже за субъективные состояния, за состояние субъективных форм).

Журналистика, в силу ее специфичности как социального института, имеет возможность не только оперативно отражать политические процессы, но и активно участвовать в формировании их сущности и характера.

Причем технократический аспект, благодаря Интернету и спутниковым средствам связи и вещания, сегодня становится все более значимым и определяющим для многих тенденций развития современного общества. Причем эти глобальные изменения не всегда можно объяснить с помощью традиционных подходов и методов исследования. Не случайно на рубеже XX и XXI веков явно наметился повышенный интерес к исследованиям междисциплинарного характера, особенно «на стыке» политологии, психологии, теории и практики журналистики.

Политическая информация является той формой, в рамках которой происходит актуализация всего многообразия факторов и тенденций, влияющих на процессы, происходящие как внутри социальных групп, так и между группами, группой и обществом в целом. В этой связи можно много говорить, к примеру, о роли телевидения, радио, периодической печати в войне (в том числе

информационной) и конфликтах на Балканах, в Чечне, Афганистане. Или об иницилирующей роли СМИ при обсуждении на различных уровнях темы НТВ, террористических актов 11 сентября 2001 года в США, антиглобалистских выступлений и т.д.

Сегодня как никогда актуализирован современной российской практикой и вопрос об интегративной идеологии, способной объединить разные политические силы, слои населения и регионы относительно фундаментально значимых для всех них ценностей. Осуществить это без прямого участия средств массовой информации просто невозможно. К тому же в России постепенно создается материально-техническая база информационного общества. На первый план выходит проблема формулирования концепции его построения, в которой были бы прописаны роль, место, технологии взаимодействия основных действующих лиц — государства, населения, общественных организаций, коммерческого сектора экономики и т.д. В том числе и концепция информационного общества может послужить объединяющим началом для России, дать целостное видение целей и задач общественного развития, предложить конкретные пути их достижения.

К числу первостепенных исследовательских задач в связи с этим, на наш взгляд, необходимо отнести разработку принципов и технологий организации диалогового взаимодействия средств массовой информации и различных групп общества (аудитории). К тому же сами СМИ развиваются сегодня

в совершенно иных условиях, даже по сравнению с началом 90-х годов. Требуется социально-философское осмысление значения возникающих тенденций для будущего различных социальных групп, общества в целом. Не обнаружив доминанты данного развития, невозможно системно рассматривать практическую деятельность в сфере массовой коммуникации, а следовательно, но - в сферах политики, культуры, ряде других.

Свобода формирования мнения требует доступа к различным представлениям о действительности, существующим в различных социальных группах, для того, чтобы их сопоставить. Этот свободный доступ к различным мнениям и называется плюрализмом. Причем, как нам кажется, плюрализм источников информации - единственный путь и к ее достоверности. Не случайно сегодня в российской журналистике наиболее актуальной является именно проблема достоверности информации, транслируемой СМИ, а также четкого разграничения журналистики и пиара.

Следовательно, проблема конкретизируется. Во-первых, для того, чтобы журналистика выполняла в обществе консенсусную функцию, необходимо прежде выяснить - в каких состояниях сознания индивидов и кто заинтересован. Ведь средства массовой информации, как показывает сегодняшняя практика, нередко выступают в качестве посредника по непосредственной реализации специфических институционализированных интересов, к тому же есть и корпоративные интересы СМИ, общие и всеобщие интересы, которые, так или иначе, заявляются журналистами, и другие. Во-

вторых, и это касается уже только массово-коммуникационной практики, с настоятельной необходимостью требует ответа вопрос: в чем причины глубокой дифференциации аудитории СМИ? И если задача политологии, социологии, в какой-то мере даже и культурологии объяснить, почему аудитория именно такая, а не другая, то как это можно сделать?

Сущность интереса в данном контексте выступает как противоречивое единство объективных компонент его содержания и субъективной формы выражения. Объективное содержание интересов коренится в реальных потребностях и условиях общественного развития. Субъективным выражением интересов предстают цели различных объектов (индивидов, групп, специфических институционализированных интересов, государства и т.д.), более или менее адекватно отражающие их реальные нужды.

Следовательно, можно выделить и три линии анализа: связь интересов с потребностями, связь интересов с целями и связь интересов со всей совокупностью реальных условий жизни общества. Причем привлечение к анализу массово-коммуникационной практики понятия *цели*, как нам кажется, углубляет понимание связи интереса с человеческой активностью и свободой субъектов. Акцентирует внимание именно на человекотворческой (по терминологии Л.Н. Когана) функции средств массовой коммуникации в целом и СМИ в частности.

Через связь с целью наглядно раскрывается субъективность интереса, его опосредованность сознательно-духовными и другими

факторами. Что и должно быть, на наш взгляд, сегодня прежде всего в поле исследований социологии СМИ.

**Самкова И. А.**

**г. Пермь**

### **Дифференциация культуры на предприятии**

Дифференциация культуры в обществе – явление многоплановое. Оно связано с существованием различных способов актуализации социальной реальности у представителей отдельных обществ и социальных групп, рассмотренных во временном (историческом), пространственном и социоструктурном отношении. Основу культурной дифференциации составляют, прежде всего, ценностные предпочтения людей, живущих в разные исторические эпохи, сохраняющих особенности своей (этнической, национальной) культуры и принадлежащих к различным социальным группам в пределах одного общества. Данные аспекты дифференциации культуры взаимосвязаны друг с другом, конвергируют, проявляясь в конкретных формах социальной дифференциации.

В самом деле, если провести анализ социальной структуры российского общества конца 1990-х годов под углом зрения ценностей людей в этом обществе живущих, то в иерархии статусов, социальных групп и социальных институтов можно (как будто единомоментно) увидеть стадии движения общества, выделенные когда-то М. Вебером. Выделение этих стадий, однако, не означает происходящие в заданном направлении социальные изменения, как